

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sapi perah merupakan jenis ternak yang menghasilkan susu sebagai produk utamanya. Susu adalah salah satu kebutuhan pangan yang sangat penting dan memiliki berbagai manfaat untuk kesehatan tubuh. Sebagai sumber utama kalsium dan protein, susu memiliki peran yang signifikan dalam menjaga kesehatan tulang dan tubuh secara keseluruhan.. Menurut Almatsier (2002), susu dikenal kaya akan kandungan kalsium yang sangat dibutuhkan oleh tubuh untuk mendukung pertumbuhan dan pemeliharaan tulang yang kuat. Selain itu, susu juga mengandung berbagai nutrisi lain yang penting, seperti vitamin dan mineral yang berperan dalam menjaga keseimbangan gizi tubuh. Susu tidak hanya memiliki manfaat dari segi kesehatan, tetapi juga merupakan komoditas yang sangat penting dan strategis. Dari aspek nilai gizi, susu dapat memenuhi sebagian besar kebutuhan gizi masyarakat, terutama dalam mencegah terjadinya masalah gizi pada anak-anak yang dapat berdampak buruk pada masa depan mereka. Dalam hal ini, susu berperan sebagai pencegah terjadinya *lost generation*, yaitu generasi yang memiliki keterbatasan dalam berbagai aspek, seperti kualitas kesehatan, kecerdasan, kemampuan berpikir, serta mental yang kurang berkembang. Oleh karena itu, susu sangat penting dalam menciptakan generasi yang sehat dan berkualitas.

Sebagai komoditas yang dapat diolah menjadi berbagai produk turunan, industri susu memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, salah satunya dengan menyediakan lapangan kerja bagi banyak orang. Menurut Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (2009), sektor peternakan sapi perah, termasuk pengolahan susu, berperan dalam perekonomian nasional dan

dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara langsung. Oleh karena itu, pengembangan industri susu tidak hanya penting untuk kesehatan masyarakat, tetapi juga memiliki dampak positif terhadap perekonomian dan kesejahteraan sosial.

Produksi susu segar di Indonesia terus menunjukkan angka yang baik, dengan adanya peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2024), produksi susu di Sumatera Barat pada tahun 2022 tercatat sebesar 822,1 ton, dan pada tahun 2023 meningkat menjadi 965,7 ton. Hal ini menunjukkan adanya kenaikan produksi sebanyak 143,6 ton dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan tersebut mencerminkan adanya potensi besar dalam sektor peternakan sapi perah di Indonesia, khususnya di Sumatera Barat. Dengan kondisi ini, usaha peternakan sapi perah di wilayah tersebut dapat dipandang sebagai salah satu usaha yang memiliki prospek bisnis yang cerah di masa depan. Potensi Sumatera Barat untuk meningkatkan produksi susu dalam negeri sangatlah besar, mengingat sumber daya alam dan sumber daya manusia yang mendukung pengembangan sektor ini. Jika dikelola dengan baik, tidak hanya dapat menciptakan lapangan kerja, tetapi juga berkontribusi pada ketahanan pangan dan gizi masyarakat, sekaligus mengurangi ketergantungan pada impor susu.

Oleh karena itu, mengembangkan industri susu di Sumatera Barat dapat menjadi salah satu langkah strategis untuk mendukung kemandirian pangan dan perekonomian daerah serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat. Produksi susu segar saat ini telah banyak dimanfaatkan oleh konsumen, baik untuk kebutuhan sehari-hari ataupun kebutuhan industri. Kebutuhan akan susu terus meningkat seiring dengan perkembangan jumlah penduduk, tingkat pendapatan,

dan selera masyarakat. Upaya untuk menambah nilai susu segar yaitu dengan pengolahan susu menjadi produk susu pasteurisasi. Susu pasteurisasi merupakan hasil pengolahan susu yang berguna untuk menambah waktu simpan susu segar yang di produksi dengan cara memanaskannya pada suhu yang sudah ditentukan, sehingga dapat mematikan bakteri patogen yang terdapat pada susu (Resnawati, 2020).

Pasteurisasi adalah suatu metode pengolahan susu yang bertujuan untuk menjaga kualitas dan keamanan susu, dengan cara memanaskan susu pada suhu tertentu untuk membunuh mikroorganisme patogen tanpa merusak nilai gizi. Terdapat dua jenis metode pasteurisasi yang umum digunakan, yaitu *Low Temperature Long Time (LTLT)* yang memanaskan susu pada suhu 63°C selama 30 menit, dan *High Temperature Short Time (HTST)* yang memanaskan susu pada suhu 72°C selama 15 detik (Wardana, 2012). Proses pasteurisasi ini tidak hanya bertujuan untuk memastikan keamanan konsumsi susu, tetapi juga untuk memperpanjang umur simpan susu sehingga dapat didistribusikan lebih luas. Selain itu, pengolahan susu melalui pasteurisasi menghasilkan produk susu yang memiliki beragam variasi, berkualitas tinggi, kaya akan kandungan gizi, serta lebih mudah dipasarkan dan diangkut. Dengan pasteurisasi, nilai ekonomis bahan baku susu juga dapat ditingkatkan, karena produk yang dihasilkan lebih tahan lama dan lebih siap untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang.

Berdirinya *outlet-outlet* susu pasteurisasi merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan minat masyarakat dalam mengkonsumsi susu. Di Kota padang, *outlet* minuman berbasis susu segar masih sangat jarang ditemukan, namun terdapat salah satu *outlet* minuman yang terbuat dari susu segar asli yaitu *Outlet Milk Square*, yang

berlokasi di Jl. Dr. Mohammad Hatta No.11, Koto Luar, Kecamatan Pauh, Kota Padang. *Milk square* merupakan *outlet* minuman yang sudah berdiri sejak bulan November tahun 2022, *outlet* ini mulai ramai didatangi dan dikunjungi oleh konsumen setelah 3 bulan usaha tersebut mulai berjalan, yakni pada sekitar bulan Februari tahun 2023. *Outlet Milk Square* bekerja sama dengan *Sirukam Dairy Farm* sebagai pemasok susu segar pada *outlet* tersebut. *Sirukam Dairy Farm* merupakan peternakan sapi perah dan tempat pengolahan susu terbesar di Sumatera Barat, dan juga dikenal karena memiliki taman eduwisata pada bidang pertanian/ peternakan yang modern dan inovatif.

Outlet Milk Square cukup diminati oleh masyarakat setempat maupun mahasiswa yang sedang berkuliah di Universitas Andalas dan Politeknik Negeri Padang. Hal ini disebabkan oleh keinginan konsumen untuk mencicipi olahan susu segar asli yang sudah terjamin kualitasnya, serta manfaatnya yang besar bagi kesehatan. *Outlet* ini memasarkan berbagai produk yang berbahan dasar susu segar yang diolah dengan inovasi kreatif, menghasilkan beragam varian rasa yang menarik dan menyegarkan. Selain itu, *Milk Square* juga menyediakan berbagai macam *topping* sebagai pelengkap untuk menambah cita rasa pada minuman susu segar mereka. Keunikan dari *outlet* ini terletak pada kombinasi rasa yang ditawarkan, yang tidak hanya menggugah selera tetapi juga memberikan pengalaman baru bagi para konsumen, terutama yang ingin menikmati minuman sehat namun tetap lezat. Dengan kualitas bahan baku yang terjaga dan inovasi produk yang terus berkembang, *Milk Square* mampu menarik minat pelanggan setia, baik dari kalangan mahasiswa maupun masyarakat luas, yang semakin

menyadari pentingnya mengonsumsi produk-produk sehat untuk mendukung gaya hidup yang lebih baik.

Outlet Milk Square buka selama 12 jam setiap hari, dimulai dari pukul 10.00 sampai dengan 22.00 WIB. *Outlet* ini memiliki 3 orang karyawan yang bekerja secara *part time* dengan 2 pembagian jam kerja yaitu, *shift* pertama dimulai pada pukul 10.00 sampai dengan 17.00 WIB dan *shift* kedua dari pukul 16.00 sampai dengan 22.00 WIB. *Outlet Milk Square* bersifat *take away*, yaitu sebuah sistem pembelian yang pesannya dibeli dan dibawa pergi untuk dikonsumsi ditempat lain. Hal tersebut terjadi karena ukuran *outlet* yang tidak begitu besar, namun pembeli dapat memesan minuman dan dapat meminumnya di tempat, karena *outlet* ini menyediakan beberapa meja dan kursi yang dapat digunakan sebagai tempat untuk duduk dan bersantai sejenak, atau sembari menunggu pesanan selesai dibuat.

Harga produk pada *Outlet Milk Square* sangat beragam dan sangat ramah di kantong, dimulai dengan harga Rp 10.000,00 sampai dengan Rp 50.000,00 pembeli sudah dapat menikmati produk olahan susu segar yang sudah terbukti kualitasnya bagi kesehatan tubuh. Pendapatan rata-rata pada *outlet milk square* adalah sebesar Rp 800.000,00/hari, dan untuk minuman yang paling *best seller* di *outlet* ini adalah *chocolate milk* pada varian *milk based*. *Outlet Milk Square* memiliki penjualan dengan rata-rata 40-50 *cup*/hari dan produk paling banyak diminati dalam kurun waktu seminggu saat mengunjungi outlet tersebut adalah *chocolate milk* dengan penjualan terbanyak yaitu berkisar 8 *cup*/hari. Kemajuan teknologi, khususnya media sosial, memang memberikan dampak besar terhadap perkembangan bisnis. *Outlet Milk Square*, misalnya, memanfaatkan Instagram dengan pengikut sebanyak

225 orang untuk melakukan *branding* dan memperkenalkan produknya pada khalayak ramai.

Bedasarkan hasil prasurvei awal yang dilakukan, didapatkan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh konsumen di *Outlet Milk Square* yaitu pada bauran pemasaran produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan bukti fisik. Dalam melakukan pemasaran pengusaha dalam hal ini adalah *owner*/pemilik, harus mengetahui keinginan dari konsumen. Bauran pemasaran merupakan perangkat yang penting agar dapat mempengaruhi konsumen, selain itu informasi bauran pemasaran juga sangat penting bagi konsumen dalam melihat keputusan pembeliannya. Dengan mengoptimalkan setiap elemen dari bauran pemasaran, *Milk Square* dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar, menarik lebih banyak pelanggan, dan meningkatkan pangsa pasar. Menurut pendapat konsumen terhadap produk di *Outlet Milk Square* yaitu, perlu untuk menambah variasi produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam. Produk yang sudah lama tidak ada seperti varian *small* diharapkan dapat diadakan kembali. Kemasan produk dapat dibuat lebih ramah lingkungan karena memberikan nilai tambah, terutama bagi konsumen yang peduli akan lingkungan. Untuk harga yang ada sejauh ini cukup kompetitif, tapi alangkah baiknya jika diadakan promo atau diskon yang lebih sering untuk para konsumen, misalnya paket hemat. Hal tersebut pasti akan menarik lebih banyak konsumen untuk membeli produk.

Pada saat wawancara prasurvei awal dengan beberapa konsumen yang sering mengunjungi *Outlet Milk Square*, mereka menyatakan bahwa target pasar dari *outlet* ini, yaitu mahasiswa dan masyarakat sekitar, sudah sangat tepat. Lokasi yang strategis di area kampus memudahkan akses bagi konsumen dari kalangan

mahasiswa. Namun, sebagian konsumen berharap agar area *outdoor* dapat diperluas agar mereka bisa lebih nyaman dalam menikmati produk langsung di tempat. Selain itu, beberapa konsumen juga mengungkapkan bahwa terkadang perhatian karyawan kurang terfokus pada kondisi lingkungan sekitar *outlet*, karena terdapat bau dari selokan di area luar yang cukup mengganggu. Oleh karena itu, mereka berharap kebersihan dan kenyamanan lingkungan sekitar *outlet* dapat lebih diperhatikan agar pengalaman mereka di *Milk Square* semakin memuaskan.

Branding pada sosial media merupakan langkah yang tepat karena Instagram adalah *platform* yang sangat populer dan efektif dalam menarik perhatian khalayak ramai. Namun, beberapa konsumen merasa bahwa penggunaan media sosial oleh *Outlet Milk Square* masih belum maksimal. Promosi yang dilakukan masih terbilang kurang konsisten, dan mereka berharap *Outlet Milk Square* bisa lebih aktif dalam mengelola akun Instagram mereka agar *branding*-nya semakin kuat. Sehingga, dengan pendekatan yang lebih teratur dan kreatif, *Outlet Milk Square* dapat meningkatkan daya tarik dan minat pembeli. Berdasarkan hasil prasarvei awal, konsumen di *Outlet Milk Square* merasa pelayanan di *outlet* sudah cukup baik, terutama dengan staf yang ramah dan menyambut pelanggan dengan hangat. Namun, ada ruang untuk perbaikan agar interaksi dengan konsumen bisa lebih menyenangkan lagi, misalnya dengan memberikan perhatian lebih atau respons yang lebih cepat. Selain itu, beberapa konsumen juga pernah mengalami proses penyajian produk yang agak lambat, yang terkadang membuat mereka sedikit menunggu lebih lama. Para Konsumen berharap *outlet* bisa meningkatkan kecepatan pelayanan tanpa mengorbankan kualitas produk yang disajikan. Tak kalah penting, kebersihan juga menjadi hal yang perlu diperhatikan, terutama di

area *freezer*. Beberapa kali terlihat ada tumpahan susu yang tidak segera dibersihkan, yang sedikit mengganggu kenyamanan. Jika aspek-aspek ini bisa diperbaiki, pengalaman konsumen akan semakin memuaskan.

Selain itu, konsumen *Outlet Milk Square* berpendapat tampilan fisik *outlet* juga perlu diperbarui untuk memberikan kesan yang lebih segar dan menarik. Desain interior saat ini terasa kurang menarik, dan papan informasi yang ada sudah terlihat usang. Sebaiknya, tampilan tersebut diperbaharui agar lebih jelas, modern, dan dapat menarik perhatian pengunjung. Meskipun secara keseluruhan tempat ini cukup nyaman, ada beberapa aspek yang bisa ditingkatkan, terutama pada area *outdoor*. Dengan perbaikan di beberapa bagian, seperti penataan ruang dan dekorasi, suasana di dalam *outlet* akan terasa lebih menyenangkan dan mendukung pengunjung untuk melakukan pembelian produk dengan lebih baik.

Penulis tertarik meneliti *Outlet Milk Square* karena *outlet* ini merupakan *outlet* susu pasteurisasi pertama yang menjadi mitra dari *Sirukam Dairy Partner* di Kota Padang, sehingga menjadikannya pionir dalam penyediaan minuman berbasis susu lokal berkualitas. *Sirukam Dairy* juga mendistribusikan susunya ke tempat lain, seperti *Milky Way* di Air Tawar, untuk mendukung pengembangan usaha minuman berbasis susu pasteurisasi di Kota Padang. Selain itu, lokasi *Milk Square* yang dekat dengan perguruan tinggi memberikan keuntungan strategis dalam menjangkau segmen pasar potensial, khususnya mahasiswa. Sebagai *outlet* yang relatif baru, *Milk Square* masih dalam tahap pengembangan strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini, penulis akan menganalisis bauran pemasaran 7P yang diterapkan *Outlet Milk Square* terhadap kepuasan konsumen. Bauran pemasaran 7P

yang mencakup produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik menurut Zeithaml *et al.* (2009), merupakan elemen penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen secara menyeluruh. Sehingga dengan penerapan yang tepat, bauran pemasaran dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk mendorong pertumbuhan dan kesuksesan *Milk Square* dalam industri olahan minuman berbasis susu. Peranan perilaku masyarakat sebagai konsumen diperlukan untuk mencapai tuntutan dan kebutuhan pasar sasaran dari *Outlet Milk Square* sebagai usaha persuasif untuk merangsang kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian.

Karena itu, pihak perusahaan perlu mengambil inisiatif untuk mempengaruhi kepuasan konsumen melalui informasi yang ditawarkan dan ditujukan kepada konsumen, sehingga produk yang ditawarkan dapat teraktualisasi. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Kotler (2016) menyatakan bahwa kerjasama yang kuat dan sinergis antara semua pihak yang terlibat dapat menciptakan pengalaman konsumen yang lebih baik, meningkatkan kepuasan, dan memperkuat posisi perusahaan di pasar.

Dari paparan latar belakang diatas, penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian lebih mendalam pada *Outlet Milk Square* dengan mengusung judul “*Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen di Outlet Milk Square Kota Padang*”.

1.2. Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bauran pemasaran pada *Outlet Milk Square* Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen di *Outlet Milk Square* Kota Padang?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sesuai dengan rumusan masalah diatas adalah:

1. Untuk menganalisis bagaimana bauran pemasaran di *Outlet Milk Square* Kota Padang.
2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen di *Outlet Milk Square* Kota Padang.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna dan menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan strategi bauran pemasaran agar terjadi perubahan yang lebih baik bagi *Outlet Milk Square*.

2. Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan bagi penulis mengenai bauran pemasaran dan menjadi inspirasi dalam melakukan suatu usaha.

